



Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten

Materialien für das fünfte Forum am 13. Mai 2004

Projektvorschläge der Arbeitsgruppen



Inhalt:

Arbeitsgruppe 1: Destinationsmanagement	3
Arbeitsgruppe 2: Marketing	5
Arbeitsgruppe 3: Unterkunft und Gastronomie	10
Arbeitsgruppe 4: Sport und Gesundheit	19
Arbeitsgruppe 5: Naturerlebnis	30
Arbeitsgruppe 6: Mobilität und Verkehr	47



Arbeitsgruppe 1: Destinationsmanagement

Übersicht:

- Trägerorganisation für eine touristische Destination Pfälzerwald

4

AG-Teilnehmer:

- Herbert Bertram (Verbandsgemeinde Lambrecht)
- Werner Dexheimer (Naturpark Pfälzerwald e.V.)
- Dr. Detlev Janik (Pfalzmarketing e.V.)
- Michael Proswitz (Verbandsgemeinde Edenkoben)
- Walter Rung (Verbandsgemeinde Hochspeyer),
- Arno Weiß (Naturpark Pfälzerwald e.V.)



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Schaffung einer Trägerorganisation für eine touristische Destination <i>Pfälzerwald</i></p>	<p>Handlungsfeld: Organisation und Destinationsmanagement</p>
<p>Ausgangslage: Die derzeitige Situation auf touristischem Gebiet ist unbefriedigend. Statt der vorherrschenden Zerstückelung und Arbeit in kleinen Einheiten auf der Ebene von Ortsgemeinden (die laut rheinland-pfälzischem Recht zuständig sind), Verbandsgemeinden oder einzelnen Landkreisen sollte eine Zusammenführung und Integration der touristischen Aktivitäten vorangetrieben werden. Dazu sollte unter der Dachmarke <i>Zum Wohl die Pfalz</i> neben der bestehenden Destination <i>Deutsche Weinstraße</i> zukünftig auch mit der Destination <i>Pfälzerwald</i> gearbeitet werden. Eine Destination <i>Pfälzerwald</i> hätte gute Chancen am Markt, da den Begriff Pfälzerwald laut Umfragen über zwei Drittel der Bundesbürger kennen. Dabei sollte die Festlegung der Destinationsgrenze unter naturräumlichen Aspekten geschehen, da sich der Tourist nicht an Gebietskörperschaften, sondern an Naturräumen orientiert. Die Grenzen der Destination <i>Pfälzerwald</i> sollten fließend sein um auch den außerhalb der Naturparkverordnung liegenden Gemeinden mit Bezug zum Pfälzerwald die Gelegenheit zur Mitarbeit zu geben. Umgekehrt sollten sich die Naturparkgemeinden an der Weinstraße für die Destination "<i>Deutsche Weinstraße</i>" entscheiden können oder evtl. auch bei beiden Destinationen mitmachen können.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Für die Destination <i>Pfälzerwald</i> sollte eine tragende Struktur geschaffen werden, welche die touristischen Aktivitäten, die im Gebiet laufen, koordiniert und auch als Akteur und Antragsteller für gebietsumfassende Projekte auftritt. Aus den Erfahrungen, die aus verschiedenen LEADERplus-Projekten gesammelt wurden könnte dies der Naturpark-Verein sein, der sich in einem ersten Schritt sogenannter "Kümmerer", bedienen könnte, um die Projekte auf lokaler Ebene abzuwickeln. Vorteil einer solchen Lösung unter dem Dach des Naturparkvereins könnte eine durch seine Mitgliederstruktur vorgegebene integrierte Entwicklung bei gleichzeitiger Beachtung von wirtschaftlichen und naturschutzfachlichen Belangen sein. Um eine wirklich optimale touristische Entwicklung und eine Nutzung aller möglicher Synergieeffekte zu erreichen, sollten die vielfältigen, z.T. auch parallel laufenden touristischen Aktivitäten in einer Tourismusorganisation für die Destination Pfälzerwald zusammengeführt werden. So wäre es z.B. möglich, ein einziges Gastgeberverzeichnis mit allen Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen für den Pfälzerwald herauszugeben, was neben erheblichen Einsparungen auch eine Stärkung der touristisch schwächer aufgestellten Gemeinden im inneren und nördlichen Pfälzerwald zu Folge hätte. Die Bündelung der Aktivitäten würde zum Vorteil für alle auch zu einem stärkeren Auftritt am Markt führen.</p>	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine: Auf der politischen Ebene sollten Gespräche zwischen den Bürgermeistern und Landräten geführt werden, um evtl. aufbauend auf den Strukturen des Naturparkvereins unter Beteiligung der Orts- und Verbandsgemeinden eine gemeinsame Struktur zu finden, mit der die touristische Destination <i>Pfälzerwald</i> beworben und weiterentwickelt werden kann.</p>	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p>	<p>Zeitraumen: Jahre 2004, 2005. Wegen der bevorstehenden WM 2006 und die damit verbundenen Chancen für die touristische Bewerbung der Region sollte dies möglichst bald geschehen.</p>
<p>Verantwortlich: Pfalz Touristik, Naturpark Pfälzerwald e.V., Pfalzmarketing</p>	<p>Weitere Beteiligte: Ortsgemeinden, Verbandsgemeinden, Landkreise, evtl. größere touristische Anbieter</p>
<p>Gesamtkosten: Unklar, durch Umschichtung keine zusätzlichen Mittel bei den Beteiligten nötig</p>	<p>Finanzierung: Durch Mitgliedsbeiträge, Projektfinanzierung durch Land und touristische Anbieter</p>



Arbeitsgruppe 2: Marketing

Übersicht:

- Touristischer Arbeitskreis Biosphärenreservat Pfälzerwald 6
- Veranstaltungskalender Biosphärenreservat Pfälzerwald 7
- Kulinarische Pfälzerwaldkiste 8
- Burgenwanderweg 9

AG-Teilnehmer:

- Martin Hartwig (Pfalz Touristik)
- Michael Leschnig (Haus der Nachhaltigkeit)
- Dagmar Loer (TI Neustadt/Weinstraße)
- Antje van Look (VHS Neustadt)
- Ruth Scherer (IHK)
- Waltraud Schneider (Zentrum Pfälzerwald)
- Arno Weiß (Naturpark Pfälzerwald e.V.)



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Einrichtung eines touristischen Arbeitskreises für das Biosphärenreservat Pfälzerwald</p>	<p>Handlungsfeld: Marketing/Organisation</p>
<p>Ausgangslage: Für die Erstellung pfälzerwaldweiter Tourismusangebote und die Durchführung gemeinsamer touristischer Marketingaktionen gibt es bislang keine dafür zuständige Struktur. Eine unter den für Tourismus verantwortlichen Verkehrsämtern und Touristinformatoren im Gebiet abgestimmtes, einheitliches und aufeinander abgestimmtes Vorgehen bei der Pfälzerwald-Bewerbung und Angebotsentwicklung war in der Vergangenheit deshalb nur sehr begrenzt möglich.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Ziel ist die Stärkung des Tourismus im Gebiet durch verstärkte Zusammenarbeit und Nutzung von Synergieeffekten. Da die Schaffung einer eigenen touristischen Struktur für das Biosphärenreservat weder gewünscht noch finanzierbar ist, sollten für die Zukunft neue Wege für eine Zusammenarbeit der vorhandenen Akteure gefunden werden. Denkbar wäre hier, im Rahmen einer Wiederbelebung des früheren TAK (Touristischer Arbeitskreis der Pfalz-Touristik), einen ständigen Arbeitskreis für das Biosphärenreservat einzurichten, zu dem neben Vertretern der Verkehrsämter und Touristinformatoren auch Anbieter der wichtigsten Produktlinien und Vertreter der Sport- und Wandervereine eingeladen werden. Inhalte der ca. 2 mal im Jahr regelmäßig stattfindenden Sitzungen können gegenseitige Information und Erfahrungsaustausch, Vorstellung von Best-Practise-Beispielen, Vereinbarung gemeinsamer Strategien und Vorgehensweisen und die Planung und Durchführung gemeinsamer Projekte sein.</p>	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine: Gründungsveranstaltung im Spätsommer 2004. Dabei: Festlegung von Regeln für die Zusammenarbeit, Vereinbarung eines Adress- und Informationsaustauschverteilers und Bestimmung eines Verantwortlichen für die Organisation der Treffen und Zusammenführung der Themenvorschläge sowie Dokumentation der Ergebnisse, usw.</p>	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien: - Beteiligung der Akteure im Gebiet - Beitrag zur Entwicklung und Wertschöpfung im BR</p>	<p>Zeitraumen: Beginn: Spätsommer 2004, danach regelmäßige Treffen 2 x im Jahr</p>
<p>Verantwortlich: Pfalz-Touristik e.V.</p>	<p>Weitere Beteiligte: Naturpark Pfälzerwald e.V. Pfalzmarketing e.V. Verkehrsämter der Gemeinden, Verbandsgemeinden und Landkreise, Anbieter (Hotellerie, Gastronomie), Wander- und Sportvereine</p>
<p>Gesamtkosten: Keine zusätzlichen Kosten, da Einsatz von vorhandenem Personal</p>	<p>Finanzierung: Nicht erforderlich</p>



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel):</p> <p>Veranstaltungskalender BR Pfälzerwald</p>	<p>Handlungsfeld:</p> <p>Marketing – Kommunikation</p>
<p>Ausgangslage:</p> <p>Es kann festgestellt werden, dass es im Kontext der Themenfelder Nachhaltigkeit und Biosphärenreservat bereits eine Vielzahl von Veranstaltungen und Einrichtungen der unterschiedlichsten Akteure im Pfälzerwald gibt. Für einen Gast in der Region und auch für die einheimische Bevölkerung gibt es jedoch kein Forum in dem man sich genau dazu informieren kann.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung:</p> <p>Zusammenführung aller Veranstaltungen, Einrichtungen und Kontaktpersonen, die in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem deutschen Teil des Biosphärenreservats stehen in einem gemeinsamen Printmedium und im Internet.</p> <p>Folgende Ziele sollen erreicht werden :</p> <ul style="list-style-type: none"> + Schulterschluss der Akteure im Biosphärenreservat + Bündelung der Informationen für Einheimische und Gäste + Wirtschaftliche Edition eines gemeinsamen Mediums 	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recherche der Akteure, Einrichtungen und Veranstaltungen 2. Konzeption eines dauerhaften Meldeverfahrens 3. Sammlung und Aufbereitung der Daten 4. Herausgabe der Medien 5. Verteilung an zentrale Stellen mit Außenwirkung 	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p> <p>Regionalentwicklung Förderung Naturverständnis bei Einheimischen und Gästen Touristische Nutzung des Potenzials im Kontext des Biosphärenreservat</p>	<p>Zeitraumen:</p> <p>Neunmonatige Umsetzungsphase</p> <p>Kick-Off: 1. März 2005</p>
<p>Verantwortlich:</p> <p>Haus der Nachhaltigkeit Michael Leschnig</p>	<p>Weitere Beteiligte:</p> <p>Pfalztouristik e.V. Naturpark Pfälzerwald e.V.</p>
<p>Gesamtkosten:</p> <p>12.000 € geschätzter Sachaufwand für Agenturleistung und Druck Personal- und Reisekosten ohne Ansatz</p>	<p>Finanzierung:</p> <p>Kofinanzierung über Haus der Nachhaltigkeit möglich</p>



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel):</p> <p>„Kulinarische Pfälzerwaldkiste“</p>	<p>Handlungsfeld:</p> <p>Marketing</p>
<p>Ausgangslage:</p> <p>Die Urlaubsregion Pfälzerwald hat bisher kein „kulinarisches Profil“. Insbesondere für den Bereich der Weinstraße gibt es jedoch sog. „Pfalzkisten“ in verschiedenen Ausführungen, die sich als hervorragendes Marketinginstrument erwiesen haben.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung:</p> <p>In Anlehnung an die „Pfalzkisten“ soll eine Präsentkiste zusammengestellt werden, die in ihrer Zusammensetzung den Pfälzerwald und den damit verbundenen Produkten im engeren Sinne repräsentiert.</p> <p>In das Sortiment könnten aufgenommen werden: Wildfleischprodukte, Waldhonig, Kastanienmus, Heidelbeerlikör, Holzspielzeug, Wanderkarte, Baumbestimmungsbuch, usw.</p> <p>Das Projekt verfolgt die folgenden Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Schaffung eines kulinarischen Profils für den Pfälzerwald + Verfügbarkeit eines Geschenks aus dem Pfälzerwald für Unternehmen, Touristen u.a. + Sinnliche Imagebildung + Interne Kooperationen schaffen 	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Klärung der Realisierbarkeit über Pfalztouristik e.V. 2. Zusammenstellung des Sortiments 3. Beschaffungsquellen/Zulieferer suchen und verpflichten 4. Öffentlichkeitsarbeit – Packen und Versand der ersten Kiste 5. Bewerbung 6. Distribution über Pfalztouristik e.V. 	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p> <p>Nachhaltige Regionalentwicklung Förderung von Kultur und Naturverständnis des Pfälzerwaldes Wirtschaftliche Dimension</p>	<p>Zeitrahmen:</p> <p>Halbjährige Umsetzungsphase Auftakt mit Beginn der Jagdsaison im Mai 2005</p>
<p>Verantwortlich:</p> <p>Haus der Nachhaltigkeit Michael Leschnig</p>	<p>Weitere Beteiligte:</p> <p>Pfalztouristik e.V. Produkt-Zulieferer</p>
<p>Gesamtkosten:</p> <p>Über Pfalztouristik erfahrbar</p>	<p>Finanzierung:</p> <p>Modell Pfalz-kiste</p>



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Burgenwanderweg	Handlungsfeld: Marketing
Ausgangslage: Der Pfälzerwald bietet als USPs im Vergleich zu anderen Mittelgebirgen ein umfangreiches Wegenetz aus „schmalen“ Wanderwegen und ein umfangreiches Netz an bewirteten Wanderhütten (Pfälzerwald-Vereins- und Naturfreundehäuser). Zusätzlich sind eine Vielzahl von Burgen und Burgruinen zu finden. Zur touristischen Vermarktung von Wandergebieten werden heute thematische Wanderwege wie z.B. der Rennsteig, als sogenannter „Leuchtturm“ (herausragendes Beispiel / Zugpferd) beworben. Natürlich sollte das Bestreben bestehen, ein besonders attraktives Produkt zu generieren. Da dem Pfälzerwald als großes Gebiet ein solches Produkt fehlt, ist die Schaffung wünschenswert.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Das Ziel ist die Schaffung eines vermarktbareren Produktes „populärer Wanderweg“. Bei der „Schaffung“ ist das bestehende Wegenetz zu nutzen. Des weiteren sind die USPs (Schmale Wege, bewirtete Hütten, Grenz Nähe zu Frankreich und Burgen) einzubeziehen. Der Weg sollte eine gewisse Länge haben (ca. 200 km) um in mehreren Tagesetappen gewandert zu werden.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> • Status Quo: Der Pfälzerwald Verein (PWV) hat im Frühjahr 2004 eine Broschüre mit dem Titel: „Burgenwanderweg“ vorgestellt. In ihr wird eine Wanderroute von Weintor zu Weintor über 189 km, in 10 Etappen dargestellt. Auf der Strecke liegen 33 Burgen (Ruinen). • Finanzierung: Die verschiedenen möglichen Zuschußmöglichkeiten sind zu erörtern und zu prüfen. • Planung: In weiteren Schritten ist dieser bestehende Weg um ein weiteres Abschnitt im französischen Gebiet (Nordvogesen) zu ergänzen (Streckenführung, weitere Burgen etc.). • Beschilderung: Für die Gesamtstrecke ist ein Beschilderungsplan mit GPS-Koordinaten zu erstellen. Die Installation der Schilder könnte evtl. als Dienstleistung durch Streckenwarte des PWV erfolgen. • Qualitätssicherung: Das Wandermagazin (Prof. Dr. Brämer / Uni Marburg) sollte für die Klassifizierung des Weges beauftragt werden. Eventl. sind weitere bauliche Ergänzungen (Sitzbänke, Aussichtspunkte, Wegequalität etc.) notwendig. • Dienstleistungen: Es sind Dienstleistungen mit bestehenden Unternehmen aufzubauen. Z.B. Gepäcktransport, gef. Wanderungen, Gruppenangebote. • Produktion von Kommunikationsmitteln: Entsprechende Kommunikationsmittel (Print, „Neue Medien“) sind zu erstellen. • Vernetzung: Mit bestehenden Kommunikationsplattformen („Wanderbares Deutschland“) verknüpfen. • PR: Das fertige Produkt ist durch eine Pressekonferenz und eine Pressemitteilung populär zu platzieren. • Events: In weiteren Schritten sind Events um das Produkt zu generieren um es nachhaltig mit Leben zu erfüllen. 	
Bezug zu Zielen und Strategien: Inwertsetzung des nat. Potentials Aufgreifen der geg. USPs Marktgerechtes, tragfähiges Angebot schaffen	Zeitrahmen: von Planung bis endgültiger Umsetzung: ca. 1-2 Jahre
Verantwortlich: Pfalz.Touristik e.V. in Verbindung mit dem Naturpark Pfälzerwald	Weitere Beteiligte: Beteiligten Kreise Beteiligte Ortsgemeinden Pfälzerwaldverein Gastronomie Hotellerie Burgen, Schlösser, Altertümer / Koblenz Landesforsten Rheinland-Pfalz
Gesamtkosten: noch zu kalkulieren jedoch relativ gering, da schon erheblich Vorarbeit durch den PWV geleistet wurde.	Finanzierung: Mögliche Zuschüsse: Ministerium Mainz EU-Förderung (grenzüberschreitend) Leader +



Arbeitsgruppe 3: Unterkunft und Gastronomie

Übersicht:

- Tourismus-Informationen im Biosphärenreservat 11
- Kontaktstelle für Hütten des PWV und der Naturfreunde 12
- Infoportal für Partnerbetriebe 13
- Biosphärenzeitung 14
- Biosphärenwald Regal 15
- Biosphärenerlebniscamp in Schäferkarren 16
- „Pfalz zu Pferd e.V.“ bietet Gastronomie und Unterkunft 17
- Kinder-Biosphärenteller 18

AG-Teilnehmer:

- Gerrit Altres (TI Bad Dürkheim)
- Herbert Boller (DEHOGA)
- Werner Dexheimer (Naturpark Pfälzerwald e.V.)
- Ulrike Feth-Hochdörfer (KV Bad Dürkheim)
- Simone Kiefer (Haus der Nachhaltigkeit)
- Herr Langhauser (Ziegelhütte Edenkoben)
- Jürgen Schade (Naturfreunde)
- Lutz Schönherr (Biosphärenreservat Service Agentur)
- Frau Spaleniak (Naturpark Pfälzerwald e.V.)



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Tourismus-Informationen im BR</p>	<p>Handlungsfeld: AG Unterkunft und Gastronomie (Schoenherr)</p>
<p>Ausgangslage: Festgestellt/Bemängelt wurde in der AG die oftmals unzureichend bis gar nicht vorhandenen Informationen über touristische Höhepunkte in der näheren Umgebung eines gastronomischen bzw. eines Beherbergungsbetriebes. Für Insider zwar mit Mühe erhältlich seien diese Informationen zwar oft auf schwierigen Umwegen, doch seien die Wege zu zeitaufwendig - da macht man lieber nichts.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Informationsmaterial muss von einer zentralen Stelle bereitgestellt werden, die Adresse hat jeder Gastronom / Zimmervermieter bei der Hand. In dieser Stelle sind von <u>allen touristischen Zielen des gesamten BR</u> Informationsmaterialien vorrätig und können auf Abruf bestellt werden. Alle Informationsmaterialien kommen in demselben Format (LangDin A4). Alle Informationsmaterialien kommen im Prinzip in einem ähnlichen Design - damit ein Wiedererkennungseffekt erzielt werden kann. Alle Informationsmaterialien enthalten gut sichtbar das Signet des BR Pfälzerwald bzw. Nordvogesen. (Hier bietet sich eine Kooperation mit anderen BR geradezu an, wenn man dort ähnliches verfolgt.) [beispielhaft hierzu die Bewerbung der Sonderzüge/Fahrten/Linien des VRN, WVV] Jeder Gastronom/Zimmervermieter erhält einen „Flyerspender“ (oder wie man das nennt), mit mindestens 9 (3x3) Fächern, kombinierbar - also 9 -18 -27 - 36 - ... Oben gut sichtbar: Signet des BR Pfälzerwald Nordvogesen! Diese kann er nach eigenem Ermessen bestücken mit Faltblättern zu touristischen Zielen in der <u>unmittelbaren Umgebung</u> (z.B. fußläufig zu erwandern) oder z.B. solchen Zielen, die von seinem Standort aus <u>gut mit ÖPNV zu erreichen</u> sind. Der Gast erhält überall im BR Informationen „derselben Art und Qualität“ - ein Gewöhnungseffekt wird ihn zielstrebig zu diesem Infobord führen, sobald er irgendwo im BR angekommen ist und von hier aus Neues entdecken möchte.</p>	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine:</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Beschlussfassung“ über ein solches Vorgehen im Plenum Europ. Charta. - Identifizierung einer solchen zentralen Stelle - möglicherweise <u>Schaffung</u> einer solchen Einrichtung nach genauer Kostenkalkulation (kann auch privatwirtschaftlich organisiert sein - das BR schafft Arbeitsplätze!) - Bekanntmachung des Konzeptes im BR mit dem eindeutigen Hinweis an alle, die mit der Erstellung von Infomaterial befasst sind: nur solche Flyer kommen ins Bord, das den genau definierten Standard-Voraussetzungen (s. oben) entspricht. - Gleichzeitig Sammlung all dessen, was im entsprechenden Format bereits vorliegt. - Beauftragung einer Firma mit der Bereitstellung entsprechender „Flyerspender“. 	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien: Förderung besonders der touristischen Ziele, die sich aktiv für BR einsetzen; Förderung der entsprechenden Betriebe im BR; gezielter sanfter Tourismus statt kopflös umherirrender Massentourismus</p>	<p>Zeitraumen: Beginn: sofort Fertigstellung: 2009</p>
<p>Verantwortlich: ? <u>Zentrale für Tourismus /Pfalztouristik</u> ? alle Tourismusstellen im BR ? alle Verwaltungsstellen von Sehenswürdigkeiten</p>	<p>Weitere Beteiligte: <u>bzw. neu zu schaffende Stelle</u> (in räumlicher und inhaltlicher Nähe zur BR Verwaltung), da die Aufgaben der Pfalztouristik inhaltlich anspruchsloser sind und gleichzeitig weiträumiger orientiert.</p>
<p>Gesamtkosten: muss ein Fachmann errechnen</p>	<p>Finanzierung: - dieselben, die bisher Infomaterial herstellen - privatwirtschaftlich / Werbung und Anzeigen</p>



Projekt/Aktion/Arbeitstitel:

Kontaktstelle für Hütten des Pfälzerwaldvereins und der Naturfreundehäuser“

2. Ausgangslage:

Gerade im Pfälzerwald gibt es viele Hütten und Häuser der beiden genannten Organisationen, idyllisch gelegen und durch ein gut markiertes Wegenetz verbunden.

Leider haben die Hütten/Häuser aufgrund oftmals ehrenamtlicher Bewirtschaftung kurze und unregelmäßige Öffnungszeiten, die ungenügend kommuniziert werden, den Urlauber verunsichern können (und manchmal vor verschlossenen Türen stehen lassen).

3. Ziele und Kurzbeschreibung:

Ziel könnte eine Verbesserung und Vernetzung von Medien sein, die o.g. Kommunikationsdefizit beheben helfen. Ggf. könnten weitere im Naturpark gelegene, private Hütten und Häuser einbezogen werden.

Daneben müsste in Einzelfällen und in Zusammenarbeit mit den örtlichen Ämtern die Zuwegmarkierung (Anfahrtsbeschilderung) verbessert werden.

4. Verantwortlich:

Die Verbände Pfälzerwaldverein e.V. und NaturFreunde Rheinland-Pfalz e.V. mit ihren Untergliederungen als Eigentümer und Betreiber der Einrichtungen.

Gemeinsam mit der Pfalztouristik e.V. und evtl. betroffenen Gebietskörperschaften („Anfahrtsbeschilderung“)



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): AG Unterkunft und Gastronomie</p>	<p>Handlungsfeld: Qualitätsverbesserung Unterkunftsangebot / Vorschlag „Schaffung eines Infoportals für Partnerbetriebe“</p>
<p>Ausgangslage: Informations-Defizit bei Anbietern/Partnerbetrieben bezüglich (touristisch nutzbarer) Angebote Naturpark Pfälzerwald (Leitbild als Orientierungs-Instrument fehlt)</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Leitbild und Kommunizierung desselben als Instrument zur Schaffung eines gemeinsamen Bewusstseins für die touristische Vermarktung der Angebote des Naturparks Pfälzerwald</p>	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Angebote und deren Leistungsträger sammeln 2. Angebote zielgruppengerecht bündeln und zusammen mit Leistungsträgern aufbereiten 3. Einrichtung eines gemeinsamen Informationsnetzwerks bestehend aus: <ul style="list-style-type: none"> - Internet-Bereich auf www.pfaelzerwald.de = „Pull-Medium“ = Infos werden von Anbietern selbst gezogen - Verlinkung auf diesen Bereich von den Seiten der Pfalz Touristik, der Deutschen Weinstrasse Mittelhaardt, der südlichen Weinstrasse, der Südwestpfalz, des Zentrum Pfälzerwald, des Donnersbergkreises - E-Mail-Newsletter als „Push-Medium“ (Infos werden zu Anbietern gesendet) für Neuigkeiten - Optional als Alternative zu den genannten Online-Medien ein Druckerzeugnis (Info-Broschüre) 	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p>	<p>Zeitraumen: 2 Jahre, davon 1 Jahr für Bündelung der Angebote, 6-12 Monate für Freischaltung Infoportal auf www.pfaelzerwald.de</p>
<p>Verantwortlich: NATURPARK PFÄLZERWALD</p>	<p>Weitere Beteiligte: Regionale Tourismusbüros Partnerbetriebe</p>
<p>Gesamtkosten (ohne Personal): Internet: Naturpark Pfälzerwald sollte Angebot von seinem Internet-Partner einholen E-Mail-Newsletter: Nahezu kostenfrei</p>	<p>Finanzierung: EU-Zuschuss Regionale Tourismusbüros ...</p>



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Biosphärenzeitung	Handlungsfeld: Unterkunft und Gastronomie
Ausgangslage: Im Biosphärenreservat arbeiten viele Akteure parallel zueinander. Aktionen, Veranstaltungen und Initiativen werden ohne ausreichende Abstimmung untereinander gestartet. Diese Aktionen sollen gebündelt und als Infos auch für Gäste und Bewohner des Biosphärenreservats zur Verfügung gestellt werden. Als gemeinsames Medium ist eine Biosphärenzeitung vorgesehen, in der sämtliche Akteure veröffentlichen können.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Eine Biosphärenzeitung mit Hinweisen auf Veranstaltungen, Aktionen und Einrichtungen in der Region gibt einen Gesamtüberblick über das „was läuft“ im Biosphärenreservat. Eine Zeitung für die Region schafft regionale Identität und bietet die Möglichkeit speziell für die <u>Partnerbetriebe</u> des Biosphärenreservats zu werben, mit direktem Nutzen für die Anbieter. Angedacht ist bspw. ein Rezeptwettbewerb aus Zutaten aus dem Biosphärenreservat, das von einer Jury gekocht und dann bewertet wird. Ein daraus entstehendes <u>Biosphärenmenue</u> kann als Vorschlag an Restaurants und Gaststätten weitergegeben werden. Eine separate <u>Kinderseite</u> spricht unsere kleinen Besucher und Bewohner direkt an und leistet so einen wichtigen Beitrag zur <u>Umweltbildung</u> . Denkbar ist eine vierteljährliche Ausgabe.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ol style="list-style-type: none"> 1. Partner für dieses Projekt suchen 2. Zuarbeitende Redakteure aus den verschiedenen Bereichen benennen 3. professionelle Agentur finden und beauftragen 4. Werbepartner einbeziehen 	
Bezug zu Zielen und Strategien: Nutzen (wirtschaftl.) für Partnerbetriebe des Biosphärenreservates stiften Identität schaffen Aktivitäten bündeln und bekannt geben Zur Umweltbildung beitragen	Zeitraumen: 1-jährige Vorlaufzeit erste Ausgabe März/April 2005
Verantwortlich: Simone Kiefer Haus der Nachhaltigkeit	Weitere Beteiligte: Naturpark Pfälzerwald e.V. Hotel- und Gaststättenverband Umweltverbände Partnerbetriebe Biosphärenreservat
Gesamtkosten: Geschätzte Vorfinanzierung Agentur: ca. 15.000,- € Später selbsttragend durch Werbeeinnahmen	Finanzierung: Finanzierung aus Fördermitteln prüfen; Beteiligte



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Pfälzerwald Regal	Handlungsfeld: Unterkunft und Gastronomie
Ausgangslage: In den Pfälzerwaldhütten und Naturfreundehäusern der Region soll in einem einheitlichen Erscheinungsbild ein kleines Pfälzerwaldregal mit kulinarischen Genüssen und ökologisch erzeugten „Give aways“ aus dem Biosphärenreservat aufgestellt werden. Besonders aus Platzgründen wird auf eine kleine Variante gesetzt, die bspw. direkt auf der Theke aufgestellt werden kann.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Die Vermarktung regionaler Produkte soll auf die stark frequentierten Wanderhütten ausgeweitet werden. Die Produktpalette kann aus einem allgemeingültigen Angebot von Produkten aus dem Biosphärenreservat zusammengesetzt sein, das von einer zentralen Stelle aus bestellt werden kann (siehe „Kulinarische Pfälzerwaldkiste“), aber auch durch lokal vorhandenen Spezialitäten ergänzt werden (Bsp: Honig vom Imker am Ort). Das Regal ist aus heimischen Holz gefertigt und weist überall das gleiche Erscheinungsbild mit dadurch verbundenen Wiedererkennungssymbol, bspw. „aus dem Biosphärenreservat Pfälzerwald“, auf. Dieses Projekt lässt Partnerbetriebe und kleinere Anbieter von ökologisch erzeugten Produkten aus der Region wirtschaftlich partizipieren und fördert dadurch den wichtigen Prozess der Identifikation und Akzeptanz in der Bevölkerung.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ol style="list-style-type: none"> 1. Realisierung eines zentralen Bestellservice 2. Zusammenstellung der Produktpalette 3. Organisation der Logistik 4. Produktion der Regale 5. Kontrollwesen- und Kriterienentwicklung 6. Öffentlichkeitsarbeit nach innen und außen 	
Bezug zu Zielen und Strategien: Förderung einer nachhaltigen regionalen Entwicklung Identifikation und Akzeptanz des Biosphärenreservates durch die Bevölkerung	Zeitraumen: Umsetzung innerhalb eines Jahres In Absprache mit Gruppe „Marketing“
Verantwortlich: Simone Kiefer Haus der Nachhaltigkeit	Weitere Beteiligte: Pfalztouristik e.V. Naturpark Pfälzerwald e.V. Partnerbetriebe Biosphärenreservat
Gesamtkosten: Produktion der Regale	Finanzierung: Wie Modell „Kulinarische Pfälzerwaldkiste“



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Biosphärenenerlebniscamp im Schäferkarren</p>	<p>Handlungsfeld: AG Unterkunft und Gastronomie (Schuler)</p>
<p>Ausgangslage: Nachfrage nach Unterkunftsmöglichkeiten in peripher gelegenen unbewirtschafteten Hütten im Pfälzerwald steht einem knappen Angebot gegenüber (z.B. Silvester). Dahinter steht der Wunsch nach Erholung/Übernachtung in der Stille, in romantischer Umgebung und weitgehend unberührter Natur. Eine Ausweitung der Hüttenanzahl ist aus rechtlichen Gründen nicht möglich.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Schaffung eines Urlaubsangebots in Schäferkarren als Outdoorcamp Dazu werden 3-5 Schäferkarren (möglichst bestehende Gefährte restauriert) in Holzbauweise ausgebaut und so ausgerüstet, dass mehrere Übernachtungen für 4 Personen/Karren auch im Winter möglich sind. Die Karren sind transportabel und werden an verschiedenen Standorten im BR für eine bestimmte Periode als Outdoorcamp platziert. (z.B. Jugendzeltplätze, beim Bauern/-Pferdehof mit Direktvermarktung und Tieren, bei Jagdhütten, Grillhütten, in ausgewiesenen Naturerfahrungsräumen.....). Sie werden durch einen Unternehmen oder Organisation direkt an Gäste vermietet oder an sonstige Nutzer untervermietet</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Schäferkarren können als reine Übernachtungsmöglichkeit oder mit einem bestimmtem Angebot (Umweltbildung, Jagd, Reiterferien.....) gebucht werden. • Zielgruppen: Gast mit Interesse an Gesundheit und Natur mit individuellen Wünschen, spez. Gruppen: Jäger, Skilangläufer, Reiter, Angler, Wanderer, • Unternehmen (Betriebsausflug, Outdoortraining), Schulen ? 	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine: Erstellung eines Nutzungskonzeptes: Konzept zu möglichen Standorten für das Camp unter Berücksichtigung rechtlicher und naturschutzfachlicher Aspekte, Organisation des Transportes zu den Stellplätzen Definition von Partnern/Interessenten/Mietern (Bauernhöfe, Jäger, Unternehmen mit Outdoorangebot.....), Design/Ausstattung der Schäferkarren, Organisationsform, Träger, Bewerbung, Konzept für Begleitprogramm (Umweltbildung, Reiten, Angeln, Jagen, Outdoor...) Erstellung eines Kostenplans: Investitionskosten Laufende Kosten Personalbedarf Bau der Schäferkarren Gründung einer Trägerorganisation soweit nötig Einrichtung des ersten Schäferkarrencamps</p>	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien: Einrichtung eines umweltgerechten Unterkunftsangebotes – kein Landschaftsverbrauch Angebot für naturnahen Urlaub in der Stille in Verknüpfung mit Umweltbildungsaspekten zum BR Erweiterung des bestehenden Angebots gerade für kleinere Kommunen im BR um ein zusätzliches attraktives Angebot Schaffung von Arbeitsplätzen in strukturschwacher Region</p>	<p>Zeitraumen: Ab Projektbeginn 2 Jahre</p>
<p>Verantwortlich:</p>	<p>Weitere Beteiligte: Kreisverwaltungen, Tourismuseinrichtungen</p>
<p>Gesamtkosten: 150.000 € Schätzung Investitionskosten</p>	<p>Finanzierung: ???</p>



<p>Projekt/Aktion: "Pfalz zu Pferd e.V." bietet Gastronomie u. Unterkunft - AG 3</p>	<p>Handlungsfeld:</p>
<p>Ausgangslage: "Pfalz zu Pferd" im Sept. 2002 gegründet, seit 5.03.2003 als Verein e.V. mit ca. 35 landwirtschaftl. und/oder gastronomischen Betrieben/Reiterhöfen. Qualifizierungslehrgang zur Gästebetreuung und Pferdehaltung. Werbung mit landeseinheitl. Logo, dem Wanderreiter, u. Gastgeberbroschüre mit Angeboten und Routenbeschreibungen, Kartenempfehlungen, Tipps rund ums Wanderreiten und zahlreichen Touristik-Adressen der Pfalz.</p>	
<p>Ziele: Verdichtung des Gastgeber-Netztes, Zusammenarbeit mit den Touristik-Institutionen zur besseren Vermarktung der Angebote für Reiter und Gespannfahrer mit eigenen oder betriebseigenen Pferden/Wagen, aber auch für andere Naturliebhaber bei Unterkunft in Landhotel bis Heuhotel, Ferienwohnungen oder Zimmer auf Bauern- und Reiterhöfen mit regionaler Küche u. Verkauf regionaler bzw. hofeigener Produkte Erweiterung d. Reit-/Fahrstrecken-Angebots mit Natur- u. Kultur-Erlebnis-Schwerpunkten nur auf Wegen - keine neue Infrastruktur -</p>	
<p>Meilensteine: Existenzerhaltung für den jungen Nachwuchs in landwirtschaftl. Betrieben durch Umstellung von Vieh- auf Pferdehaltung mit Unterkunft/Gastronomie. Flächenbeweidung als landespflegerische Maßnahme Pfalz zu Pferd bietet Naturerlebnis ohne Technik, keine ökologische Belastung, da nur auf Wegen unterwegs zu Pferd oder per Kutsche/Planwagen - sanfter Tourismus - Daher auch kein Konflikt zwischen Schutz d. Natur u. Nutzung. Gäste auch aus benachbarten Regionen bzw. ganz Deutschland Arbeitsschritte: Erweiterung des Gastgebernetzes; Überarbeitung der Gastgeberbroschüre</p>	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p>	<p>Zeitraumen: Erweiterung d. Gastgebernetzes in d. nächsten Jahren Überarbeitung der Gastgeberbroschüre in 2004</p>
<p>Verantwortlich: Gv. Pfeffel</p>	<p>Weitere Beteiligte: Gerd Diebold Vorsitzender Pfalz zu Pferde e.V.</p>
<p>Gesamtkosten:</p>	<p>Finanzierung:</p>



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Kinder-Biosphärenteller	Handlungsfeld: Unterkunft und Gastronomie
Ausgangslage: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Keine einheitliche kinderfreundliche Gastronomie im Biosphärenreservat Pfälzerwald 	
Ziele und Kurzbeschreibung: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Den kleinen Gästen den Gaststättenaufenthalt kurzweilig gestalten ➤ Dem Kinder-Biosphärenteller ist eine kleine Holz-Puzzle-Figur beigelegt (vgl. Juniortüte von M. Donalds) ➤ Die Holzfigur wird aus zwei bis drei Teilen zusammen gesetzt und ist typisch für das Biosphärenreservat Pfälzerwald (Tier, Pflanze, Sehenswürdigkeit z.B. Burg, Teufelstisch,...) ➤ Die Holz sammelfiguren sind beliebig erweiterbar, so dass sich jedes Kind sein eigenes Biosphärenreservat zusammen stellen kann – Sammeleffekt, Wiederkommen ➤ Die Holz-Puzzle-Figuren sollen den Kindern das Biosphärenreservat spielerisch näher bringen und den Wunsch wecken, die Tiere, Pflanzen und Sehenswürdigkeiten in Natura mit der Familie zu entdecken ➤ Der Kinder-Biosphärenteller soll von allen Partnerbetrieben im Biosphärenreservat unter einem einheitlichen Logo angeboten werden – hoher Wiedererkennungswert 	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Partnerbetriebe für die Idee des Kinder-Biosphärentellers gewinnen ➤ Holzfigurenhersteller suchen, evtl. Zusammenarbeit mit Behindertenwerkstätten und –verbänden ➤ Figuren entwerfen (welche Objekte, Aussehen, Anzahl der Puzzelteile) ➤ Angebote einholen ➤ Auftragsvergabe ➤ Zentrale Bezugsquelle für Holzfiguren einrichten 	
Bezug zu Zielen und Strategien: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kinder spielerisch an das Thema Biosphärenreservat heranzuführen ➤ Kinderfreundliche Gastronomie aufbauen 	Zeitraumen:
Verantwortlich:	Weitere Beteiligte:
Gesamtkosten:	Finanzierung:



Arbeitsgruppe 4: Sport und Gesundheit

Übersicht:

- Leitfaden zur Integration sportlicher Angebote im BR Pfälzerwald 20
- Trekkingtouren mit Gepäck 22
- Geführte Mountainbike-Touren 23
- Pfalz zu Pferd e.V. 24
- Natur- und Erlebnissteige Pfälzerwald 25
- Nordic-Walking im Naturpark Pfälzerwald 26
- Mountainbike-Park Zentraler Pfälzerwald 27

AG-Teilnehmer:

- Hermann Daniel (IG Mountainbike),
- Elke Dilzer (Regionalmanagerin Leader+)
- Martin Hartwig (Pfalz Touristik)
- Stephan Marx (TI Trippstadt)
- Dr. Heinz Schlapkohl (BUND)
- Frank Schmidt (Forstamt Hinterweidenthal)
- Christa Stengel (Pfalz zu Pferd e.V.)
- Bernd Wallner (Pfälzerwald-Verein)
- Arno Weiß (Naturpark Pfälzerwald)



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Entwicklung eines Leitfadens zur Integration sportlicher Angebote im BR Pfälzerwald</p>	<p>Handlungsfeld: Sport, Freizeit und Gesundheit</p>
<p>Ausgangslage: Die Integration neuer Sportangebote im BR Pfälzerwald bedarf der sorgfältigen Prüfung und Abstimmung mit einer Vielzahl von Interessengruppen und Trägern der gesetzlichen Belange. Der Abstimmungsweg ist Anbietern nicht immer transparent. Die Interessengruppen fühlen sich teilweise nicht zeitgerecht und ausreichend in die Abstimmung mit einbezogen.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Im Rahmen des Projektes wird eine abgestimmte Vorgehensweise entwickelt, die eine Integration neuer Sportangebote im Biosphärenreservat Pfälzerwald ermöglicht. Ebenso soll diese Vorgehensweise für bereits bestehende Angebote und deren Weiterentwicklung Gültigkeit besitzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Der notwendige Abstimmungsprozess für die Integration sportlicher Angebote im BR Pfälzerwald ist beschrieben. ➤ Der Träger des Genehmigungsverfahrens ist identifiziert (Gesetzliche Vorschriften). ➤ Ein Musterzeitplan ist erarbeitet und abgestimmt ➤ Die notwendigen Grundlagen für eine Abstimmung (Karten, Beschreibungen, ...) sind dargelegt. Die vorhandenen Planungen des Gebietes (FFH, Schutzzonen, Pflegezonen, ...) finden Berücksichtigung. ➤ Es liegt ein verabschiedeter Kriterienkatalog für die Durchführung jetzt zu erkennender sportlicher Aktivitäten (Reiten, Wandern, Mountainbiken, Radwandern, Gespannfahren, Gleitschirmfliegen, Paragliding, Klettern, Nordic Walking, Paddeln, Schlittenhundesport) im BR Pfälzerwald vor (Checkliste). Neue Sportarten können in Anlehnung an das Verfahren vorgehen. ➤ Die Entscheidungsgrundlagen sind transparent und führen bei Einhaltung des Prozesses zu einem nachvollziehbaren Ergebnis. ➤ Alle Beteiligten an notwendigen Abstimmungsprozessen sind identifiziert. ➤ Die Pflegeverantwortung für den Prozess in seinem Fortbestand ist zugeordnet. ➤ Die Projektergebnisse werden im Rahmen einer Internetpräsenz dargestellt. ➤ Mitgeltende Vorschriften sind verlinkt bzw. direkt aufrufbar. ➤ Formulare können in einem allgemein gültigen Format (Word bzw. PDF) direkt abgerufen werden. ➤ Ggfs. ist ein elektronischer Workflow abgebildet. 	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Projektbeauftragung auf der Basis der Projektskizze ➤ Identifizierung der am Abstimmungsprozess beteiligten Gruppen ➤ Erarbeitung des Kriterienkataloges ➤ Konzeption und Entwicklung des Verfahrens ➤ Abstimmung der Konzeption mit den Trägern der gesetzlichen Genehmigungsverfahren ➤ Umsetzung der technischen Projektziele ➤ Verabschiedung und Veröffentlichung 	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Naturnahes und wenig technisiertes Tourismusangebot ➤ Angebotsschaffung für spezielle Gruppen 	<p>Nach einer ersten Grobplanung ist von einer Laufzeit des Projektes von ca. 6 Monaten auszugehen. Ein Ende des Projektes kann frühestens 2 Monate nach Ende des Projektes MTB-Park Pfälzerwald erreicht werden.</p>
<p>Verantwortlich: Vor dem Hintergrund der räumlichen Eingrenzung auf das BR Pfälzerwald liegt die Verantwortung idealerweise beim Naturpark Pfälzerwald</p>	<p>Weitere Beteiligte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Naturpark Pfälzerwald ➤ Landesforsten ➤ Vertreter der Landespflege ➤ Vertreter der Naturschutzverbände (BUND, NaBu, ...) ➤ Vertreter der Anbieter (Wanderer, Reiter, Radfahrer, ...)



	➤ Sportverbände
Gesamtkosten: <ul style="list-style-type: none">➤ Aufwand in Personentagen: ca. 50➤ Investitionskosten: ca. 5.000 €➤ Laufende Kosten: ca. 500 € pro Jahr (WebSpace, Drucker, Papier, ..)➤ Personal, laufend: ca. 2 PT pro Monat ohne konkrete Abstimmungsprojekte. Reiner Aufwand zur Prozesspflege / Recherche. Technische Administration Eine detaillierte Aufwands- und Kostenschätzung ist im Rahmen der Projektvorstudie bzw. eines Planungssitzung für das Projekt zu erarbeiten.	Finanzierung:



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Trekking-Touren mit Gepäck im Pfälzerwald	Handlungsfeld: Gesundheit und Sport
Ausgangslage: Unsere Wandergäste sind um Schnitt älter als 50 Jahre. Aktuelle Untersuchungen zeigen jedoch, dass das Wandern insbesondere bei jüngeren Personen immer stärker gefragt ist, bes. bei Jungakademikern zwischen Anfang 20 und 35 Jahren. Um diese Zielgruppe für unserer Region zu interessieren muss ein entsprechendes Angebot geschaffen werden. Eine Nachfrage nach solchen Trekking-Touren besteht, aber es gibt derzeit in Deutschland noch keine konkret beworbenen Strecken, der Wanderer muss sie sich noch selbst zusammenstellen. Dieses Projekt soll eine Ergänzung des bisherigen Wanderangebotes in der Region darstellen. Es bietet sich insbesondere für den zentralen Pfälzerwald an, da dort die Wandererdichte nicht so hoch ist, wie z.B. im Bereich der VG Dahner Felsenland und Hauenstein. Diese sollen aber trotzdem unbedingt an dem Projekt teilnehmen, damit möglichst abwechslungsreiche Strecken erarbeitet werden können.	
Ziele und Kurzbeschreibung: „Verjüngung“ der bisherigen Wandergäste-Zielgruppe. Neue Zielgruppe ist die Altersklasse zwischen 20-35 Jahren, Jungakademiker. Derzeit noch keine derart beworbenen Strecken (nach Rücksprache mit Touristikern sowie einer Internet-Recherche) in BRD. Erarbeitung eines Alleinstellungsmerkmals. Ausbau des bereits vorhandenen sehr guten Wanderwegenetzes. Ausweitung von Premiums- und Klassikrouten in diesem Zusammenhang.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung von attraktiven Routen in einer AG. • Kostenermittlung und Prüfung auf Fördermöglichkeiten • Gespräch mit den Kommunen, ob finanzielle Eigenanteil getragen werden kann. • Qualifizierung der Wege durch „Wanderbares Deutschland“ oder „Deutsches Wandergütesiegel“. • Ausarbeitung von Premium- und Klassikrouten. • Vermarktungsstrukturen (Internet, Broschüren, Messen, Pressefahrt,...) • Einbeziehung von Gastronomie und Hotellerie 	
Bezug zu Zielen und Strategien: Angebotserweiterung im Aktivtourismus unter Berücksichtigung der besseren Vermarktung des Biosphärenreservates als besondere Natur- und Kulturlandschaft.	Zeitraumen: In 2004/2005
Verantwortlich: Geschäftsstelle der LAG Pfälzerwald	Weitere Beteiligte: Zentrum Pfälzerwald sowie weitere betroffene und interessiert Kommunen.
Gesamtkosten: k. A.	Finanzierung: LEADERplus oder ZIEL 2 Förderung Sponsoren



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Geführte MTB-Touren im BR Pfälzerwald	Handlungsfeld: Sport, Freizeit und Gesundheit
Ausgangslage: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Breite Spanne von Angeboten für geführten MTB-Touren von definiertem Jahresprogramm bis lockerer, unverbindlicher Treffpunkt ➤ Keine einheitliche Bewertung der Touren und damit Risiko des Scheitern bei einer Teilnahme ➤ Breite Basis an Anbietern und Interessenten sowohl im privaten als auch im kommerziellen Bereich vorhanden 	
Ziele und Kurzbeschreibung: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erarbeitung einer einheitlichen Systematik für die Klassifizierung und Beschreibung von geführten MTB-Touren ➤ Festlegung eines einheitlichen Rasters für die Qualifizierung von Tourenguides für die Touren unter Berücksichtigung aller Aspekte wie Vorbereitung, Ausrüstung, Natur und Nutzer, Soziale Aspekte (Gruppe und soziale Bildung), rechtliche Absicherung, ... ➤ Schaffung einer Plattform für die Präsentation des Tourenangebotes (Printmedien, Internetauftritt, ...) ➤ Vertiefung des Gedankens der Besucherlenkung durch geführte Touren und damit Verminderung des möglichen Konfliktpotentials mit anderen Nutzergruppen. 	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Abstimmung des bereits erarbeiteten Grundrasters (siehe Anlage) für die Beschreibung der geführten Touren im Rahmen des Chartaprojektes ➤ Definition der bisher fehlenden Arbeitsfelder und Abstimmung ➤ Einarbeitung der vorhandenen Wegeklassifizierung in das Beschreibungsmodell ➤ Umsetzung der Modellbeschreibung in ein Angebot für das Jahr 2005 oder 2006 (je nach Umsetzungsrahmen für das zugrundeliegende Projekt) ➤ Benennung der Verantwortlichen für die Pflege und Weiterentwicklung der Grundregeln und Sicherstellung der Einhaltung bei signifikant neuen Anbietern / Angeboten 	
Bezug zu Zielen und Strategien: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Naturnahes und wenig technisiertes Tourismusangebot ➤ Angebotsschaffung für spezielle Gruppen 	Zeitraumen: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erarbeitung und Abschluss der Sollkonzeption bis 10/2004 ➤ Umsetzung eines ersten Programmangebotes bis 04/2005
Verantwortlich:	Weitere Beteiligte: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anbieter von Touren (Privat, kommerziell) ➤ Waldeigentümer ➤ Landesforsten ➤ Verbände des Natur- und Landschaftsschutzes ➤ Touristikverbände
Gesamtkosten: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ca. 100 Personentage (PT) ➤ Ca. 5.000 EUR Investition ➤ Ca. 3 PT/Monat laufender Aufwand 	Finanzierung:



Projekt / Aktion: „Pfalz zu Pferd“ bietet Pferdesport in der Natur	Handlungsfeld: Sport und Gesundheit
Ausgangslage: „Die Pfalz zu Pferd“ im September 1999 gegründet besteht seit 5.03.2003 als Verein e.V. mit ca. 35 landwirtschaftlichen und/oder gastronomischen Betrieben/Reiterhöfen. Qualifikation für Gästebetreuung und Pferdehaltung. Werbung mit Gastgeberbroschüre für Urlaub zu Pferd oder per Kutsche/Planwagen – Wander-Ritte/-Fahrten mit eigenen oder auf Höfen vorhandenen Pferden. Gastronom. Angebot regionaler/hofeigener Produkte.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Verdichtung des Gastgeber-Netzes in Zusammenarbeit mit den Touristik-Institutionen zur besseren Vermarktung der Wanderreit- und Gespannfahrer –Angebote. Erweiterung Reit/Fahrstrecken-Angebote mit Natur- u. Kultur-Erlebnis-Schwerpunkten Reiterferien für Kinder und Erwachsene – Heranführen der Gäste an das Naturerlebnis vom Pferderücken/-Wagen aus. Reiten als Gesundheitssport – Planwagenfahrten als Naturerlebnis für alte und behinderte Menschen. Förderung der Vereinbarkeit von Pferdesport mit Natur- u. Umweltschutz sowie von artgerechter Pferdehaltung und tierschutzgerechten Reitens –Berittführer-Ausbildung. Aufrechthalten von Passagen auf vorhandenen Wegen in großen Kernzonen.	
Meilensteine: Pfalz zu Pferd bietet Naturerlebnis ohne Technik. Keine ökologische Belastung, da nur auf Wegen unterwegs, zu Pferd oder per Kutsche/Planwagen. Daher auch kein Konflikt zwischen Schutz der Natur und Nutzung, umso weniger als Pferde von der Tierwelt als Teil der Natur wahrgenommen werden. Flächenbeweidung als landespflegerische Maßnahmen. Arbeitsschritte: Überarbeitung der Gastgeberbroschüre. Ausarbeitung weiterer Angebote für Reitstrecken als Naturerlebnis nur auf vorhandenen Wegen – sanfter Tourismus, keine neue Infrastruktur erforderlich – Ausarbeitung eines Kutschen-Wegenetzes.	
Bezug zu Zielen und Strategien:	Zeitraumen: Erweiterung des Gastgebernetzes in den nächsten Jahren. Überarbeitung Gastgeber-Broschüre in 2004. Kutschenwegenetz zur generellen Genehmigung des Forsts im 1. Halbjahr 2004
Verantwortlich: Christa Stengel	Weitere Beteiligte: Pfalz zu Pferd e.V. – Vorsitzender: Gerd Diebold
Gesamtkosten:	Finanzierung:



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): z.B. „Natur- und Erlebnissteige Pfälzerwald“ oder „Wandernetz Pfälzerwald“ o.ä.</p>	<p>Handlungsfeld: Wanderwege</p>
<p>Ausgangslage: Zahlreiche Hauptmarkierungslinien des Pfälzerwald-Vereins im Pfälzerwald sind vorhanden, allerdings nicht in dieser Form vermarktbar</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Auswahl mehrerer durchgehender Hauptmarkierungslinien/ Fernwanderwege im Pfälzerwald/der Pfalz sowie literarische Aufbereitung derselben unter Berücksichtigung der Wegebeschreibung, kultureller Infos aber auch touristischen Highlights sowie Übernachtungs- und Einkehrmöglichkeiten. Ziel: Ein Buch oder mehrere Broschüren, die vermarktet werden können unter dem Oberbegriff „zertifizierte oder qualifizierte Wanderwege in der Pfalz“; sollten Buch/Broschüren von touristischer Seite kostenlos verteilt werden wollen, ist Finanzierung zu sichern (Ministerien in Mainz oder EU, da mehrere grenzüberschreitende Wege).</p>	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine: Projektträger gesucht (Verlag oder Werbeagentur), der ein solches Buch nach dem Beispiel des „Pfälzischen Jakobsweges“ herausbringt in Zusammenarbeit mit dem Pfälzerwald-Verein sowie mit Zuarbeit der Kommunen/ Touristinfos, der sonstigen Beteiligten.</p>	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p>	<p>Zeitraumen: Realisierbar bis Herbst 2005</p>
<p>Verantwortlich: Pfälzerwald-Verein oder Verlag</p>	<p>Weitere Beteiligte: nach Bedarf</p>
<p>Gesamtkosten: Können unter Umständen vom Projektträger durch den Verkauf gedeckt werden</p>	<p>Finanzierung:</p>



<p>Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Nordic Walking Naturpark Pfälzerwald</p>	<p>Handlungsfeld: Sport und Gesundheit</p>
<p>Ausgangslage: Laufendes Projekt. Auf bereits vorhandenen Wegen werden bis Herbst 2004 ausgeschilderte und qualifizierte Nordic Walking Parcours errichtet.</p>	
<p>Ziele und Kurzbeschreibung: Verbesserung des Sport- und Freizeitangebotes für die Bevölkerung und Zusatzangebot für die Touristen. Konzept ergänzt den bereits vorhandenen Aktivtourismus optimal insb. durch seine Vermarktungsmöglichkeiten als Wellness- und Gesundheitstourismus. Möglichkeit für diverse Akteure der Region (Hotels, Gastwirte, Fitnesscenter, Physiotherapeuten, Ärzte, usw.) zusätzliche Einkommensmöglichkeiten zu schaffen. Besonders wichtig für den zentralen Pfälzerwald.</p>	
<p>Arbeitsschritte / Meilensteine: Routenauswahl ist soweit erfolgt. Die Förderanfrage ist bereits nach Mainz (Wirtschaftsministerium) weitergeleitet worden. Formeller Antrag folgt in der 17. KW. Nordic Walking mittlerweile ein Projekt auf Rh-Pfalz Ebene. Ausschreibung der Parcours über die Rheinland-Pfalz-Touristik GmbH. Sobald Bewilligung vorliegend, kann der Auftrag vergeben werden. Geplant zwecks Vermarktung ist eine Broschüre (hochwertig) in einer Auflage von 50.000 Stück, Internetauftritt sowie die Beteiligung an der TourNatur Messe in Düsseldorf (Standplatz bereits zugesagt und gebucht). Geplant sind nach Abschluss 2 Auftaktveranstaltungen mit Rahmenprogramm um großes Presse- und Medienecho zu erhalten.</p>	
<p>Bezug zu Zielen und Strategien: Passt in Entwicklungskonzept der LAG; Ausbau des Aktivtourismus; Naturpark/Biosphärenreservat wird bei der Vermarktung in den Vordergrund gestellt.</p>	<p>Zeitraumen: Beginn 10/2003 - Ende Herbst 2004</p>
<p>Verantwortlich: Geschäftsstelle der LAG Naturpark Pfälzerwald</p>	<p>Weitere Beteiligte: 29 Ortsgemeinden aus dem LEADERplus Gebiet sowie weitere Kommunen aus den angrenzenden Gebieten (PS-Stadt, ZW, Annweiler, u. a.)</p>
<p>Gesamtkosten: Geschätzt derzeit für das LEADERplus Projekt 300.000 €</p>	<p>Finanzierung: Fördergelder LEADERplus, FAG-Mittel sowie die Eigenanteile der Kommunen (sind gesichert!).</p>



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Mountain Bike Park Pfälzerwald	Handlungsfeld: Maßnahmen Tourismus / AG 4
Ausgangslage: <ul style="list-style-type: none">- Typische Wanderregion > Gästegruppe 50 +- Die abwechslungsreiche, hügelige Landschaft im Pfälzerwald mit dem „bewegten Relief“ bietet optimale topografische Voraussetzungen zum „sportlichen Radfahren“ > Möglichkeit, jüngere Zielgruppe für die Region zu interessieren- Fahrradtourismus ist marktgerechter und umweltverträglicher Tourismusbaustein mit wachsendem Wirtschaftspotential und seit Jahren steigender Nachfrage > Mountainbiker sind aktive Naturnießer- Verknüpfung von Fahrradtourismus und Biosphärenreservat > führt zur intensiven Erlebbarkeit der Region und ihren Eigenheiten- Mountainbiking = Trendsportart	
Ziele und Kurzbeschreibung: <ul style="list-style-type: none">- Erarbeitung und Umsetzung einer qualifizierten Mountainbike-Wegekonzeption mit Pilotcharakter in Rheinland-Pfalz- Schaffung eines neuen touristischen Angebotes für eine neue Zielgruppe<ul style="list-style-type: none">➤ und damit Förderung der touristischen Nutzung des Waldes durch behutsame touristische Entwicklung in Verbindung mit der Biosphärenreservatsidee➤ sowie Steigerung der regionalen Wertschöpfung➤ Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit- Erhaltung und Schutz der natürlichen Ressourcen, z.B. ökologisch sensibler Bereiche, durch Besucherlenkung- Nutzung neuer Technologien in Form von Internet und GPS- Schaffung einer Infrastruktur, die der Naherholung dient und auch einer aktiven Bevölkerungsgruppe in der Region Möglichkeiten einer naturnahen, sportlichen Freizeitgestaltung bietet	
Geplante Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none">- Einrichtung eines qualifizierten Wegenetzes mit insgesamt ca. 300 Routenkilometer durch Fachleute mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden unter Berücksichtigung nationaler und internationaler Anforderungen an Mountainbike-Strecken- Darüber hinaus besondere Strecken, wie z.B. Cross-Country-Strecke, Fahrerübungsgelände, Themenrouten udgl.- Durchgehende Beschilderung- GPS-gestützte Wegeführung- Internetpräsentation<ul style="list-style-type: none">➤ mit interaktiven Routenübersichten,➤ Downloads,➤ Informationen zu GPS (Global Positioning System)➤ Forum / Newsletter- Informations- und Kartenmaterial, Werbung (Broschüren, Infotafeln)	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none">- Politische Willens- und Finanzierungserklärungen der am Projekt beteiligten Kommunen- Einvernehmen / Unterstützung mit und durch die Landesforstverwaltung als Waldeigentümer	



- Einbindung der Universität Kaiserslautern (zwei Studienarbeiten zum Projekt)
 - Mountainbiking und Umwelt im zentralen Pfälzerwald
 - Tourismuspotenzial des Mountainbikings – ein Erschließungs-, Integrations- und Finanzierungskonzept
 - Projekt-Antragstellung als LEADER + Maßnahmen über LAG „Zentraler und südlicher Naturpark Pfälzerwald“ an Wirtschaftsministerium wegen Förderung
 - Im Rahmen dieses Verfahrens in enger Zusammenarbeit mit der Landesforstverwaltung grundsätzliche Akzeptanz hergestellt mit
 - Landespflegebehörden
 - Naturschutzverbänden
 - Naturparkverwaltung
 - Landwirtschaft
 - Pfälzerwald Verein, Naturfreunde
 - Kommunalaufsichtliche Stellungnahmen der betroffenen Landkreise (Finanzierung)
 - Offizielle Stellungnahmen zum Projekt der Landesforstverwaltung und des Tourismus- und Heilbäderverbandes Rheinland-Pfalz
 - Förderzusage durch Wirtschaftsministerium Rheinland-Pfalz
 - Einbeziehung privater Akteure und Radsportvereine > Vorschläge für Streckenführung
 - Besichtigung anderes MTB-Wegenetzes / Info über Konzeption
 - Einbindung / Beauftragung eines Fachunternehmens Sammlung der Streckenvorschläge und erste forstinterne Prüfung der Routen
 - Entwurf eines Streckennetzes mit überregionalen Anbindungen durch das Fachunternehmen in enger Zusammenarbeit mit der Landesforstverwaltung
 - Abstimmung des Entwurfs mit
 - Projektträgern, politisch Verantwortlichen
 - Unteren und Oberen Landespflegebehörden
 - Naturpark Pfälzerwald
 - Naturschutzverbänden
 - Jagdpächtern
 - Pfälzerwald Verein, Naturfreunde
 - Privaten MTB's und Vereinen
 - Logo / Design / Beschilderung
 - Festlegung der Streckenführung mit unterschiedlichen Schwierigkeiten
 - Abschluss von Gestattungsverträgen mit der Forstverwaltung
 - Abschluss einer Versicherung (Übernahme der Verkehrssicherungspflicht)
 - Beschilderung
 - Marketing-Mix : Internet / Werbung / Informationsmaterialien (Karten / Tafeln udgl.) ...
 - Eröffnungs-event
- Einrichtung einer Betreibergesellschaft



<p>Bezug zu Zielen und Strategien:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitende Arbeiten zum Projekt und als LEADER+-Maßnahme bzw. grundsätzliche Abstimmungen bis zur Förderzusage durch Wirtschaftsministerium Rhl.Pfalz - Forstinterne Abstimmungen u.a. bis Vorlage Streckennetzentwurf - Abstimmungsverfahren mit den zu beteiligenden Institutionen - Umsetzung Marketing-Mix - Beschilderung / GPS <p>(Beantwortung schwierig, da im lfd. Verfahren Wechsel des Fachunternehmens; endgültige Aussagen erst nach Abschluss des Projektes möglich)</p>	<p>Zeitraumen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ca. 1 Jahr - ca. ½ Jahr - ? - ca. ¼ Jahr
<p>Verantwortlich:</p> <p>Projektträger ist die Werbegemeinschaft Zentrum Pfälzerwald für die 5 Verbandsgemeinden (Lambrecht, Hochspeyer, Kaiserslautern-Süd, Rodalben und Waldfishbach-Burgalben);</p> <p>Von Seiten des beauftragten Fachunternehmens bntc, der geschäftsführende Vorsitzende Roland Matzig; auf Seiten des Projektträgers der Vorsitzende der Werbegemeinschaft ZPW bzw. das Büro für Touristik, Kaiserslautern-Süd, Geschäftsführerin Frau Waltraud Schneider</p>	<p>Weitere Beteiligte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alle beteiligten Kommunalverwaltungen bzw. Bürgermeister - >> in jeweils enger Zusammenarbeit mit Dr. Eisenbarth u.a. Beauftragten der Landesforstverwaltung
<p>Gesamtkosten:</p> <p>Ca. 105.000 Euro</p>	<p>Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 50 % aus Mitteln der Gemeinschaftsinitiative LEADER + in Höhe der Projektkosten - dazu FAG-Mittel des Landes Rheinl.Pf. zu Projektteilen - Restfinanzierung durch Eigenmittel der beteiligten Kommunen



Arbeitsgruppe 5: Naturerlebnis

Übersicht :

▪ Datenbank Naturerlebnis	31
▪ Weiterbildung von touristischen Akteuren	32
▪ Animateur im Biosphärenreservat	33
▪ Naturerfahrungsraum	34
▪ Rucksackschule	35
▪ Mein Rebstock	36
▪ Naturerlebniskiste	37
▪ Schlüsselprojekt Eiswoog	38
▪ Barrierefreier Naturerlebnispfad am Eiswoog	39
▪ Naturerlebnis zu Pferd	40
▪ Kulturlandschaft Karlstal	41
▪ Seminarbauernhof der Stiftung Ökologie und Landbau	42
▪ Skulpturenweg	43
▪ Waldtag/Forschungswerkstatt/ Lesenacht des Pfalzmuseums	44

AG-Teilnehmer:

Elke Dilzer (Regionalmanagerin Leader+), Reinhard Flößer (Pfalzmuseum für Naturkunde), Anton Frey (VHS Neustadt), Siglinde Gramoll (BUND), Stephan Marx (TI Trippstadt), Hans-Joachim Noll (TI Hauenstein), Holger Schindler (BUND), Siegfried Weiter (Forstamt Landau), Otto Volz (Naturfreunde), Georg Sprung (Waldjugendherberge Hochspeyer), Dr. Heinz Schlapkohl (BUND), Ulrich Jäger (Landesamt für Umweltschutz und Gewerbeaufsicht), Marion von Gienanth (Schlüsselprojekt Eiswoog), Gernot Erbes (LfUG), Gabriele Leininger (Waldkindergarten), Jürgen Sutter (Universität Hohenheim)



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): „Datenbank Naturerlebnis“	Handlungsfeld: Naturerlebnis
Ausgangslage: Im Biosphärenreservat gibt es viele Anbieter von Naturerlebnisangeboten. Eine Marktübersicht, wer was wann wo anbietet, existiert nicht.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Der Trägerverein des Biosphärenreservates baut unter der Nutzung des TKN Pfalz eine „Datenbank (DB) Naturerlebnis“ auf (das geht laut Aussage von Herrn Hartwig, Pfalz-Touristik), die dezentral über die Stützpunkte gepflegt werden kann. 1. Plattform für Angebotsentwicklung, Kooperationssuche, Qualifizierung, „Business to Business – Marketing“ 2. Präsentation der Angebote „Natur und Kultur erleben im BR“ in einer eigenen Homepage oder/und auf der Homepage des Biosphärenreservates und auf möglichst vielen lokalen Homepages (Verlinkung oder subregionale Segmentierung?) 3. Möglichkeit, Monats-, Wochen- und Tagesübersichten auszudrucken	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau einer Datenbankstruktur bzw. Überprüfung, in wie weit das TKN Pfalz mit seiner Struktur die Datenbank aufnehmen kann ▪ Suchen von Anbietern von Naturerlebnisangeboten (Institutionen, Veranstaltungen, etc) und Abfragen des Angebotes ▪ Vorteil der Einbindung ins TKN Pfalz: Vermarktung über die Pfalz-Touristik ▪ Erstellung eines Handbuches „Naturerlebnisangebote“ für Marketingzwecke und/oder für Betreuer von Gruppen zur Vorbereitung einer Gruppenreise ins Biosphärenreservat Naturpark Pfälzerwald. ▪ Unabdingbar ist das regelmäßig einzuladende Plenum der Datenbanknutzer/innen, welche die Funktionalität weiterentwickeln und als Repräsentativgremium des „Netzes der Naturerlebnisanbieter“ Regulative für die Nutzung festlegt – als Alternative zu einer teuren „Zertifizierungslösung“. 	
Bezug zu Zielen und Strategien: Kooperation im BR Förderung des Naturverständnisses Umweltbildung Wertschöpfung aus regionalem Naturerleben Öffentlichkeitsarbeit für das BR	Zeitraumen: 18 Monate bis zum Regelbetrieb (siehe Anlage) 3. Quartal 04: Vorschlag zur DB als „Prospekt“, Projektablaufplan, Finanzierung 4. Quartal 04 Pflichtenheft, Implementierung des Projektes PR bei Akteur/innen 1. Quartal 05 Aufbau der Software, erste Probe-läufe 2. Quartal 05 Datenbank füllen, Öffentlichkeitsarbeit für die Nutzung 3. u. 4. Quartal 05 Probelauf mit Optimierungen
Verantwortlich: Trägerverein BR, Plenum „Naturerleben“	Eingebracht von: Stephan Marx Tourist-Information Trippstadt Hauptstraße 26 67705 Trippstadt 06306-341 als Initiator Pflichtenheft
Gesamtkosten: € 120.000,00	Finanzierung: tlw. durch Eigenleistungen



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Das Biosphärenreservat als touristisches Produkt	Handlungsfeld: Weiterbildung von touristischen Akteuren
Ausgangslage: Das Wissen um das BR ist bei touristischen Akteuren (Servicepersonal, Gästeführer/innen, Verkäufer/innen im Einzelhandel usw. aber auch bei Betriebsinhabern) gering. Nur wer ein Produkt kennt, kann die daraus erwachsende Wertschöpfung umsetzen.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Analog zur Gästeführerschulung mit dem Themenschwerpunkt „Wald“ werden modulare Seminare mit praktischen Erlebnisanteilen vorbereitet und möglichst breit umgesetzt.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Projektskizze ist bei der VHS-NW vorhanden. Einbau der Entwicklung in das Projekt „Qualifizierung und Zertifizierung für Freizeit und Tourismusberufe“ ist denkbar. Kernproblem: Finanzierung bei flächendeckendem Angebot!	
Bezug zu Zielen und Strategien: Das BR braucht „Bodenhaftung“	Zeitraumen: 1 bis 3 Jahre je nach Mitteleinsatz, danach Wiederholung
Verantwortlich: vhs-nw	Weitere Beteiligte: MASFG, RAT, Uni-KL, Pfalz-Werbung, DEHOGA, Einzelhandelsverband, Landespflege.
Gesamtkosten: p.a. 85.000 € pro Subregion	Finanzierung: Beiträge, Eigenleistung, Mittel der Arbeitsmarktförderung



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): „Animateur im Biosphärenreservat“	Handlungsfeld: Naturerleben - Naturpädagogik
Ausgangslage: Zwischen geringer werdenden Kenntnissen über und Fertigkeiten mit „Natur“ eines zunehmenden Anteils – nicht nur städtischen Publikums – und dem steigenden Bedürfnis nach „Wellness“ bedarf es vermittelnder Personen	
Ziele und Kurzbeschreibung: Entwicklung eines Curriculums und eines Zertifizierungssystems für „Ranger“.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Projektskizze ist bei der VHS-NW vorhanden. Einbau der Entwicklung in das Projekt „Qualifizierung und Zertifizierung für Freizeit und Tourismusberufe“ ist denkbar.	
Bezug zu Zielen und Strategien: Höhere Wertschöpfung im Bereich Naturtourismus durch längere Aufenthalte und verbesserte Kenntnisse über regionale Produkte mit hoher Qualität	Zeitraumen: Ausbildung insgesamt 9 Monate Zertifizierungsrythmus dreijährig (analog der „Spezialisten“ im Bereich der IT-Berufe)
Verantwortlich: vhs-nw	Weitere Beteiligte: MASFG, RAT, Uni-KL, Landespflege
Gesamtkosten: p.a. 125.000 €	Finanzierung: Beiträge, Eigenleistung, Mittel der Arbeitsmarktförderung



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): „Naturerfahrungsraum“	Handlungsfeld: Naturerleben - Naturpädagogik
Ausgangslage: Für das Erleben von „Natur“ gibt es Im Biosphärenreservat heute bereits ein vielfältiges Angebot. Größtenteils sind die Besucher an die Benutzung von Wegen gebunden. Dies und die Tatsache, dass viele der Besucher den Umgang mit der Natur und mit sich selbst in der Natur nicht mehr gewohnt sind, schafft Distanz und Konflikte.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Mit dem Angebot eines „Naturerfahrungsraumes“ können die bereits existierenden Möglichkeiten Natur zu erleben, um eine neue Facette ergänzt werden. Im „Naturerfahrungsraum“ soll das Naturerleben abseits der Wege und weitestgehend ohne Reglementierung angeboten werden. Lagern, Klettern, Graben, Sammeln, Erforschen, Entdecken und andere Aktivitäten sollen außerhalb der Hör- und Sichtweite zur nächsten Gruppe möglich werden. Eine Besucherlenkung soll angebotsorientiert erfolgen. Ein Belegungs- bzw. Buchungssystem gewährleistet eine an den Raum und seine Kapazitäten angepasste Frequentierung.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Die theoretischen Grundlagen sind bereits auf Bundesebene geschaffen. Ein konzeptioneller Vorschlag ist vorhanden und könnte für einen attraktiven Umsetzungsvorschlag freigegeben werden. Im Konzept sind die qualitativen Rahmenbedingungen und die Kriterien zur Auswahl eines geeigneten Raumes enthalten.	
Bezug zu Zielen und Strategien: Der Naturerfahrungsraum könnte zu einem regionalen und überregionalen Alleinstellungsmerkmal werden.	Zeitraumen: Innerhalb eines geschätzten Zeitraums von einem Jahr wäre die Vorbereitung und Umsetzung leistbar.
Verantwortlich: Naturpark Pfälzerwald, Ministerium für Umwelt und Forsten Abt. 102), Landesamt für Umweltschutz und Gewerbeaufsicht	Weitere Beteiligte: Landesforsten, Verbandsgemeinde, Ortsgemeinde, Landkreis (ULB), SGD-Süd (OLB), Jagdverband und andere betroffene Akteure
Gesamtkosten: Kostenschätzung in Bearbeitung	Finanzierung: abhängig vom gewählten Umsetzungsmodell; Teildeckung je nach Intensität der nachgefragten Betreuung





Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Rucksackschule	Handlungsfeld: Waldpädagogik/Naturerleben
Ausgangslage: Gesellschaft klagt über naturferne, ver“kopfte“ Ausbildung und Medienflut Anleitung zur Naturerfahrung mit Kopf, Herz und Hand (mit allen Sinnen) ist notwendiger denn je	
Ziele und Kurzbeschreibung: Individuelle Naturerfahrung unter Anleitung Entwicklung zur Serienreife eines modularen Rucksacksystems für diverse Zielgruppen Qualitätssicherung durch Ansprechpartner für Ausgabestellen (BfT, Forstämter,...)	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Projekt läuft im Forstamt Rheinauen (Standort Speyer), Kooperationspartner könnte Landesforsten sein, da Know-how und Netzstruktur bereits flächig vorhanden	
Bezug zu Zielen und Strategien: Weiterer Anreiz für Besuch des BR	Zeitraumen: Anpassen an örtliche Belange, Entwicklung Serienreife bis 03/2005 möglich
Verantwortlich: Landesforsten	Weitere Beteiligte: Naturschutzverbände, wissenschaftliche Einrichtungen, Tourismusverbände
Gesamtkosten: Grundentwicklung : 40.000,- € (für ca. 100 Einheiten Laufende Kosten (Modellpflege/Qualitätssicherung): 8000,- € /a	Finanzierung: Beiträge, Eigenleistung Ausleihe



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Mein Rebstock	Handlungsfeld: Tourismus/Naturerleben
Ausgangslage: Pfalzurlauber sind oft Kurzurlauben Erhöhung der Besuchsfrequenz durch Kundenbindung	
Ziele und Kurzbeschreibung: Bindung der Kunden dauerhaft an die Region (WALD UND WEIN) Winzer betreuen ganzjährig Rebstock-Besitzer <ul style="list-style-type: none"> • Kundeninfo im winter • Weinbergsarbeit im Frühjahr • Tourismusführung (Wald?) im Sommer • Herbst • Ertrag aus eigenem Weinberg an Weihnachten 	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> • Vorhandene Modelle aufzeigen • Übertragbare Modelle entwickeln • Partner suchen • Qualität sichern • Evaluation durch ?? (Pfalzmarketing??) 	
Bezug zu Zielen und Strategien: Wertschöpfungspotentiale steigern Einkommen sichern Natur erleben durch „Wingertarbeit“	Zeitraumen: Bis Herbst 2005: Pilot starten Ab 2006: Angebotpalette
Verantwortlich: ?? Pfalztouristik??	Weitere Beteiligte: ?? Landesforsten für „Waldbezogenen Teil“
Gesamtkosten: ??	Finanzierung: Beiträge, s. auch: Ziele, Strategien



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): „Naturerlebniskiste“	Handlungsfeld: Naturerlebnis
Ausgangslage: Familien sind eine wichtige Urlaubergruppe im Pfälzerwald (Campingplätze und Ferienwohnungen, Familienlandheime und Naturfreundehäuser). Diese sollen zu einer Beschäftigung mit der Natur angeregt werden.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Zusammenstellung von Arbeitsmaterialien (Aufgabenblätter, Lupen, Sammelboxen, ...), mit denen sich die Familie intensiv mit der Natur im Biosphärenreservat auseinandersetzen kann. Der Urlauber lernt die Natur schätzen und erkennt ihren Wert.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Erstellung von Arbeitsmaterialien (Natur- / Waldpädagogik) für unterschiedliche Altersgruppen. „Packen“ der Kiste und Vermarktung über die Tourist-Informationen in der Region (Naturerlebniskiste wird gegen eine Gebühr verliehen). Mit dieser Gebühr können die Kosten teilweise refinanziert werden. Evtl. Anschaffung von Bollerwagen zum Transport	
Bezug zu Zielen und Strategien: Förderung des Naturverständnisses	Zeitraumen:
Verantwortlich: Stephan Marx Tourist-Information Trippstadt Hauptstraße 26 67705 Trippstadt 06306-341	Weitere Beteiligte:
Gesamtkosten:	Finanzierung:



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Schlüsselprojekt BR Eiswoog	Handlungsfeld: Natur Edutainment (education-entertainment)
Ausgangslage: Der Eiswoog, ein 6 ha großer Quellsee am nördlichen Rand des BR (Ramsen), wo der Eisvogel noch nistet, wird seit 1997 zu einem Schlüsselprojekt des BR entwickelt. Die Bundesbahn fährt seit 2002 wieder bis zur größten historischen Eisenbahnbrücke der Pfalz. Die Ideale der BR des Wiederentdeckens von Natur- und Kulturlandschaften werden hier exemplarisch verwirklicht und jährlich mit ca. 150 000 Besuchern in Berührung gebracht: Artgerechte Fischzucht, Wiederansiedlung der Glan-Donnersberger Rinder (Fleisch-, Zug- und Milchrinder), Restaurantkonzept „alles frisch aus der Region zum Teil mit wiederentdeckten Kräutern und Gemüsen, Wild aus dem umgebenden Wald, Fleisch aus meist artgerechter Tierhaltung, ökologischen Weinen, etc.“. Feldbähnchen mit den alten Grubenlokomotiven des benachbarten Tonabbaus, größtes historisches Puppenhaus Deutschlands, hier 1883 entstanden; regionales Kultur- und Bildungsprogramm zu historischen, gesundheitlichen, ökologischen, bildungsorientierten Themen, Führungen zu den römischen Schlackenhalde und keltischen Hühnengräbern am Eiswoog; Pflege von Volksmusik; Naturerlebnisveranstaltungen, Naturpädagogik für Kinder und Jugendliche. Ausgrenzung eines Brutgebietes für Wasservogel. Seit 2004 Pelletheizung und Hotel, aus dem man u.a. aus dampfendem Quellwasser in die Natur blickt	
Ziele und Kurzbeschreibung: Um die Menschen, die zum Schwimmen, Wandern, Essen und Tagungen kommen, gezielter und nachhaltiger mit den Idealen der Biosphärenreservate in Berührung zu bringen, sollten Animatoren eingestellt werden, die die Ausflügler durch Edutainment mit den Ideen der Biosphärenreservate vertraut machen. Der Verein „Eiswoog heute e.V.“ bietet hierfür schon eine Organisationsstruktur. Ein mit Stegen begehbare Feuchtbiotop am Panoramaweg soll mit Hilfe der Uni Kl entstehen und die Spaziergänger faszinieren. (s. Barrierefreier Naturerlebnispfad), Fahrten mit dem Rinderkarren an den Eiswiesen entlang, eine Draisinenstrecke vom Eiswoog auf der historischen Bahnlinie nach Alsenborn über eine Bücke und durch einen Tunnel können große Attraktivität haben.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: 1. Einbindung des Programms in die BR Datenbank bzw. in das des Hauses der Nachhaltigkeit, der Naturkundemuseums und Biosphärenhauses, 2. Einbindung in die Animatoren des BR 3. Finden eines Betreibers der Draisinenstrecke 4. Stiftung eines historischen Ochsenkarrens 5. Umsetzung der Barrierefreien Naturerlebnispfades (s. gesonderter Antrag)	
Bezug zu Zielen und Strategien: Exemplarische erlebbare Präsentation der Ideen des BR auf kleinem Raum. Besucherlenkung im BR	Zeitraumen: 1-4 Jahre
Verantwortlich: Bisher Dr. Marion von Gienanth	Weitere Beteiligte: Jörg und Regina Maier (Pächter des Seehaus Forelle), Gerd Schneider, Fischzucht Eiswoog und Katzweiler, Beratend: BUND (Dr. Schlapkohl), Inst. für Landschafts- und Grünordnungsplanung, Prof. Dr. Stephan Wüst, Uni KL, Ulrich Bihlmaier, Pächter der Eiswiesen, Eigentümer der Rinder, die er wieder zu Zugtieren ausbilden kann
Gesamtkosten: Von 20 000 Euro bis 100 000 Euro	Finanzierung: ??



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Barrierefreier Naturerlebnispfad	Handlungsfeld: Naturerleben, Naturpädagogik
Ausgangslage: An dem 6 ha großen See am Eiswoog kommen ca. 150 000 Personen zur Naherholung. Der geteerte Panoramaweg wird gerne von Behinderten oder Eltern mit Kinderwägen genutzt. Die Leute haben Zeit und könnten zu intensiverem Naturerleben und Begreifen eingeladen werden. Am Eiswoog werden die Ideen der Biosphärenreservate schon jetzt in idealer Weise nahegebracht. Das Restaurant- und Hotelkonzept sind darauf abgestimmt. Die artgerechte Fischzucht wird gezeigt, eine Schmalspurbahn (die auch Rollstuhlfahrer befördern kann) fährt an den vom Aussterben bedrohten, hier wieder angesiedelten Glan- Donnersberger Rindern vorbei. Baumkletterkurse und Übernachten auf den Bäumen, sowie Naturerlebnisexkursionen für Kinder und Wanderungen zu den Schlackenhalde der Kelten und Römer und den Hünengräbern in unmittelbarer Nähe werden angeboten. Eine historische Räuberhöhle lockt spaziergegangene Kinder.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Der Panoramaweg führt am See entlang und dann an 6 stillgelegten Brutteichen, den „Märzbachweihern“, die z.Z. im Erlenaufwuchs verschwinden. Man könnte einige wieder fluten (der Bach geht im Seitenschluß vorbei) und so auch die verschiedenen Stadien der Feuchtbiotope demonstrieren. Vom Panoramaweg kann ohne Steigung ein Steg über das Wasser gebaut werden, um Libellen, Wasserläufer, Fische etc. aus der Nähe zu betrachten. Das Angebot soll alle Besucher locken und die Behinderten nicht auslassen. Der Panoramaweg führt weiter an einer großen Quelle vorbei, an der der Eisvogel noch nistet und dann auf die andere Seeseite, wo er sich dann in Höhe der Astgabeln der Buchen befindet. Für eine spätere Ausbaustufe ist hier ein Rollstuhl geeignetes Baumwipfelpodest über den Brutstätten der Wasservögel angedacht. Vom Seehaus Forelle talabwärts bietet sich eine Fahrt mit dem Bähnchen an. Zusätzliches Angebot für Nicht-Behinderte: Da die Glan-Donnersberger Rinder als Zugtiere verwendet wurden, ist auch eine Rückfahrt im Rinderkarren möglich. Die bis auf weiteres nicht genutzte Eisenbahnstrecke nach Alsenborn (6 km) eignet sich als Draisenstrecke, die – wie das Glantal zeigt – sehr gut angenommen würde. Führungen in der artgerechten Fischzucht und Naturkochkurse könnten noch wesentlich ausgeweitet werden	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Werden in SS 04 von der Universität Kaiserslautern vom Lehrstuhl Landschafts- und Grünordnungsplanung, Prof. Dr. Stephan Wüst, entwickelt <ol style="list-style-type: none"> 1. Fluten der Märzbachweiher, Flyer und Führungen 2. Wirksames Ausgrenzen der Brutstätten (Palisanderwand?) 3. Weitere Plätze für Rollstuhlfahrer in der Stumpfwaldbahn 4. Ausbau des Weges zum Baumwipfelpodest (eventuell Brücke) 5. Baumwipfelpodest 	
Bezug zu Zielen und Strategien: Nahebringen der Ideen der BR im Erleben	Zeitraumen: Feuchtbiotop 2004 Baumwipfelpodest nach wirksamen Schutz der Ufer ca. 2007
Verantwortlich: Dr. Marion von Gienanth	Weitere Beteiligte: Jörg und Regina Maier, Seehaus Forelle Gerd Schneider, Fischzucht Eiswoog Universität Kaiserslautern Beratend: BUND (Dr. Schlapkohl)
Gesamtkosten: Stufe 1 ca. 20 000 Euro, Stufe 2 unbekannt	Finanzierung: Keine außer kostenloser Privatgrund



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Naturerlebnis Pfalz zu Pferd	Handlungsfeld: Naturerlebnis
Ausgangslage: Die Pfalz zu Pferd im September 1999 gegründet besteht seit 5.3.2003 als Verein mit ca. 35 landwirtschaftlichen und/oder gastronomischen Betrieben/Reiterhöfen. Qualifikation in Gästebetreuung und Pferdehaltung, Werbung mit Logo, dem Wanderreiter und Gastgeberbroschüre für Urlaub zu Pferd oder per Kutsche/Planwagen, Routenbeschreibungen, Kartenempfehlungen, Tipps rund ums Wanderrreiten.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Angebote des Naturerlebnisses vom Pferderücken aus bei Aus- und Wanderritten für Erwachsene und in Reiterferien für Kinder Angebote für Kutsch- und Planwagenfahrten, besonders für alte und behinderte Menschen Da lt. LWaldG Gespannfahren nur mit Genehmigung erlaubt, Erstellung eines Fahrwegenetzes zur generellen Genehmigung durch den Forst Verdichtung des Gastgebernetzes in Zusammenarbeit mit den Tourist-Informationen zur besseren Vermarktung obiger Angebote Aufrechterhaltung von Passagen auf vorhandenen Wegen in großen Kernzonen	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Pfalz zu Pferd bietet Naturerlebnis ohne Technik. Keine ökologische Belastung, da nur auf Wegen unterwegs, zu Pferd oder per Kutsche/Planwagen. Daher auch kein Konflikt zwischen Schutz der Natur und Nutzung – sanfter Tourismus! Ausarbeitung eines Fahrwegenetzes zusammen mit dem Forst in Arbeit Erweiterung der Streckenangebote mit Natur- und Kultur-Erlebnis-Schwerpunkten zu Pferd	
Bezug zu Zielen und Strategien:	Zeitraumen: Kutschen/Fahrwegenetz im 1. HJ 2004 geplant
Verantwortlich: Christa Stengel Pferdesportverband Rheinland-Pfalz Phil.-Rauch-Str. 24 67227 Frankenthal 06233/9435	Weitere Beteiligte: Gerd Diebold Vorsitzender Pfalz zu Pferd
Gesamtkosten:	Finanzierung: Fahrwegenetz Leader + - Projekt



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Kulturlandschaft Karlstal	Handlungsfeld: Naturerlebnis
Ausgangslage: Reiche Kulturlandschaft mit wertvollem historischen Erbe (Burg Wilenstein, Eisenverhüttung im Moosalbtal, Landschaftspark) Karlstalschlucht von besonderer Bedeutung: Naturschutzgebiet, wichtige Sehenswürdigkeit im Zentralen Pfälzerwald	
Ziele und Kurzbeschreibung: Leitidee ist die „nachhaltige Erhaltung der historisch gewachsenen Kulturlandschaft und ihre Erschließung für interessierte Besucher“ Vernetzung der Einzelelemente mittels Spazier- und Wanderwegen (einheitliche Darstellung und Besucherlenkung), Schaffung und Wiederherstellung von Parkelementen (Erholungspark Amseldell) und Nutzung des Alten Wasserwerkes Oberhammer als zentralen Informationspunkt in enger Kooperation mit dem Haus der Nachhaltigkeit und dem Wirtschaftshaus Unterhammer	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Erhalt und Umgestaltung des Alten Wasserwerkes Oberhammer als Informationspunkt und Anlaufstelle zur Umweltbildung (NSG Karlstalschlucht, Trinkwasserversorgung, Ökologie) Rekonstruktion der Amseldelle (Astholzpavillon und Irrgarten) und Wiederanlage einer Lindenallee zwischen Ort und Oberhammer bzw. Ort und Wilensteinerhof Gestaltung des Umfeldes des Fischweiherbrunnens (gefasste Quelle) Besucherlenkung und –information durch Wegweiser und Hinweisschilder Darstellung in einem Faltblatt	
Bezug zu Zielen und Strategien: Förderung des Naturverständnisses Regionale Wertschöpfung	Zeitraumen: Bis 2006 abzuschließen
Verantwortlich: Stephan Marx Tourist-Information Trippstadt Hauptstraße 26 67705 Trippstadt 06306-341	Weitere Beteiligte: Forstamt Johanniskreuz Leader +
Gesamtkosten:	Finanzierung: Gemeinde, Forstamt Johanniskreuz, Leader + ?



Tourismuskonzept BR Pfälzerwald

Seminarbauernhof der Stiftung
Ökologie & Landbau Projekte

Projekt / Aktion (Arbeitstitel):	Handlungsfeld: Umweltnähe in der Landwirtschaft
Ausgangslage: SOL Gut Hohenberg Seminarbauernhof der Stiftung Ökologie & Landbau Krämerstraße, D-76855 Ooslohambach Tel. 06346-928 555, Fax 06346-928 556 www.gut-hohenberg.de, info@gut-hohenberg.de	
Ziele und Kurzbeschreibung: Jugendliche und Erwachsene erleben bei tätiger Mithilfe die komplexen Zusammen- hänge gesunder Lebensmittelherzeugung	
Arbeitsschritte / Meilensteine: Aufbau und Betrieb des Seminar- bauernhofes	
Bezug zu Zielen und Strategien: Erfahren und Begreifen ganzheitlicher ökologischer Zusammenhänge für einen respektvollen Umgang mit Biol.	Zeitrahmen: seit 2000, ab 2004 Schulklassen- aufenthalte
Verantwortlich: Dr. Ulrich Hampel	Weitere Beteiligte: Ressource
Gesamtkosten:	Finanzierung: div.



Bitte bis 28. April 2004 zurück an KONTOR 21
neuhaus@kontor21.de



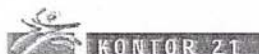
Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Skulpturenweg	Handlungsfeld:
Ausgangslage: Verbandsgemeinde Lambrecht mit den Ortsgemeinden Elmstein, Esthal, Frankeneck, Weidenthal.	
Ziele und Kurzbeschreibung: Kinder aus 6 Schulen, der Touristenverein „Die Naturfreunde“ sowie Bürger aus den Gemeinden haben im März 2004 21 Skulpturen an Bundsandsteinen gefertigt. Diese Maßnahme war für alle Beteiligten eine pädagogisch, wertvolle Erfahrung. Das Projekt wurde von dem Architekten Matthiesen, der weltweit tätig ist, geleitet.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: In mehreren Sitzungen haben unter großer Teilnahme von Lehrern, Forstbehörden und Bürger vorbereitete Gespräche stattgefunden. Für ca 15 Gruppen sind große Sandsteine aus den umliegenden Wäldern nach Lambrecht transportiert worden. Diese wurden mit Hammer und Meisel bearbeitet und mit verschiedenen Ornamenten versehen. Die Steine kamen dann an markanten Stellen, nach geomantischen Überlegungen, wieder überwiegend zurück in die Wälder. Es wird noch eine Beschriftung der Steine erfolgen. Danach soll eine Broschüre mit Bildern erstellt werden um der Bevölkerung und den Touristen die Steine durch erwandern näher zu bringen.	
Bezug zu Zielen und Strategien: Menschen sollen ohne großen „Rummel“ in die Natur geführt werden	Zeitraumen: Seit dem 31.03.04 sind die Steine gesetzt, Broschüre bis Spätherbst.
Verantwortlich: Freie Goethe Schule Frankeneck	Weitere Beteiligte: Volkshochschule Lambrecht Naturfreunde Lambrecht
Gesamtkosten: Ca 6000 €	Finanzierung: Bereits durch Spenden und Eigenleistung finanziert, Broschüre noch offen.





E PW

Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Waldtag	Handlungsfeld: Umwelt- und Erlebnispädagogik
Ausgangslage:	
Ziele und Kurzbeschreibung: Tiere des Pfälzerwaldes spielerisch und entdeckend kennen lernen.	
Arbeitsschritte / Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> - Waldtiere, ihre Stimmen und Besonderheiten in der Dauerausstellung kennen lernen. - Picknick im Wald. - Spiele rund um das Thema "Wald". - Auf einem Waldspaziergang Spuren tierischen Lebens entdecken, soweit möglich sammeln und im Museum mit Lupen oder Binokularen weiter untersuchen und bestimmen. 	
Bezug zu Zielen und Strategien:	Zeitraumen: 4 Stunden
Verantwortlich: Christiane Hilsendegen (Museumspädagogin) Pfalzmuseum für Naturkunde 67098 Bad Dürkheim	Weitere Beteiligte:
Gesamtkosten: 5 Euro pro Kind	Finanzierung:



Bitte bis 28. April 2004 zurück an KONTOR 21
neuhaus@kontor21.de



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Forschungswerkstatt	Handlungsfeld:
Ausgangslage: Pfalzmuseum für Naturkunde Bad Dürkheim und Zweigstelle Burg Lichtenberg	
Ziele und Kurzbeschreibung: Individuelles, handlungsorientiertes Lernen in der Natur Interdisziplinärer Schwerpunkt Angebote für Kindertagesstätten, Schulen, Familien	
Arbeitsschritte / Meilensteine: In mehreren Arbeitsspielstationen können Kinder und Jugendliche Natur erleben, begreifen und die Eindrücke gestalterisch umsetzen. Vom "Expeditionsbüro" aus werden kleine Exkursionen in die Natur gemacht. Im "Forschungslabor" können Kleinstlebewesen unter Binokularen beobachtet werden. In der "Museumsmalwerkstatt" werden Ausstellungsmodelle hergestellt.	
Bezug zu Zielen und Strategien:	Zeitraumen: 10 - 15 Uhr
Verantwortlich: Ute Wolf	Weitere Beteiligte:
Gesamtkosten:	Finanzierung:



Projekt / Aktion (Arbeitstitel): Lesenacht im Pfalzmuseum	Handlungsfeld: Umwelt- und Erlebnispädagogik
Ausgangslage:	
Ziele und Kurzbeschreibung: Kennenlernen der heimischen Tierwelt früher und heute anhand der ausgestellten Tiere und fossilen Fundstücke. Förderung der Lesekompetenz in einer Umgebung, die sehr zum Entdecken durch Lesen motiviert.	
(Arbeitsschritte / Meilensteine:) Ablauf: <ul style="list-style-type: none"> - Jeder Teilnehmer stellt sein Tierbuch vor. - Leserunde unter Haifischkopf und Löwenfell. - "Nachtwanderung" mit Taschenlampen durch das Museum (Schwerpunkte: "Tiere des Waldes" und "Beuteltiere des Steinzeitmenschen in der Pfalz") - Erfinden einer Geschichte (mit Hilfe von Bildkärtchen), die zu einer Schatzsuche führt. (Jedes Kind erhält ein Mineral!) - Lesezeichen basteln - Vorleserunde - Übernachtung - Frühstück - Museum - Rallye 	
Bezug zu Zielen und Strategien:	Zeitrahmen: (1 x pro Monat in der "dunklen Jahreszeit") Freitag 19:00 - Samstag 9:30 Uhr
Verantwortlich: Christiane Hilsendegen (Museumspädagogin) Pfalzmuseum für Naturkunde 67098 Bad Dürkheim	Weitere Beteiligte: 1 Begleitperson
Gesamtkosten: 5 Euro pro Kind (8-11 Jahre)	Finanzierung:



Bitte bis 28. April 2004 zurück an KONTOR 21
neuhaus@kontor21.de



Arbeitsgruppe 6: Mobilität und Verkehr

Übersicht:

- Kernfragen beantwortet aber keine konkreten Projekte ausgearbeitet

AG-Teilnehmer:

- Gerd Hadwiger (Pfälzerwald-Verein)
- Herr Krell (BUND),
- Herr Lautensack (VG Lambrecht, Zweckverband SPNV Rheinland-Pfalz-Süd)
- Rüdiger Trinks (Initiative Verkehrsberuhigung im Edenkobener Tal)
- Arno Weiß (Naturpark Pfälzerwald e.V.)
- Frieder Zappe (WVV)